

## BAB 4

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

1. Dalam strategi pemasaran hal yang terkait adalah penentuan *Segmenting, Targeting, dan Positioning*, cara promosi dan penggunaan media promosi. berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara kepada staff pemasaran. Pada awalnya Suroboyo Carnival Park melakukan *mass marketing* di mana semua segmen menjadi target pemasaran dan *positioning* yang kurang jelas di benak kosumennya. Strategi promosi yang dilakukan oleh Suroboyo Carnival Park sampai saat ini adalah melakukan *event* di dalam Suroboyo Carnival Park, mengikuti pameran, penggunaan media publik dan juga melakukan *join promotion* dengan lembaga atau instansi lain.
2. Dalam *marketing plan* yang telah dijelaskan dalam bab pembahasan, jenis inovasi yang diterapkan dalam perencanaan ini adalah inovasi proses, inovasi metode, inovasi struktur organisasi, inovasi dalam hubungan, inovasi strategi dan inovasi produk atau pelayanan. Berikut ini merupakan alternatif solusi yang inovatif guna meningkatkan kestabilan fluktuasi jumlah pengunjung. Alternatif pertama adalah pembuatan paket wisata dengan tujuan akhir kedatangan ke Suroboyo Carnival Park, alternatif selanjutnya memaksimalkan alat promosi seperti penggunaan voucher potongan harga agar calon pengujung tertarik untuk datang atau meningkatkan potensi kedatangan kembali oleh pengunjung yang sudah pernah datang, alternatif ketiga adalah memanfaatkan *word of mouth* agar calon pengunjung tertarik dan mau datang ke Suroboyo Carnival Park, lebih tepatnya pada bulan yang menjadi titik terendah jumlah pengunjung.

## 4.2 Saran

### 4.1.1. Saran Kepada PT. Sinar Mutiara Sinergi (Suroboyo Carnial Park)

Kepada PT. Sinar Mutiara Sinergi (Suroboyo Carnival Park) dari sudut pandang akademik, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Manajemen harus bisa membuat sistem yang terpadu dan menyeluruh agar lebih mudah dalam *controlling* dan juga mencegah terjadinya kesalahan dalam mengambil keputusan oleh pengambil keputusan akhir.
2. Penerapan strategi pemasaran yang jelas dan lengkap agar bisa melaksanakan kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien, mulai dari *segmentation*, *targeting*, *positioning* kemudian penentuan media *branding* dan promosi sampai dengan pembuatan paket promo setiap periode.
3. Berkaitan dengan strategi pemasaran, untuk saat ini cara yang cukup efektif dan efisien selain menggunakan media sosial adalah memaksimalkan kegiatan BTL (*Below the Line*), sediakan budget khusus kegiatan BTL dan maksimalkan penyampaian pesan yang ingin disampaikan kepada calon pengunjung, terutama peningkatan *awareness*, pembentukan *positioning* dan promosi agar calon pengunjung tertarik untuk datang ke Suroboyo Carnival Park.

### 4.1.2. Saran Kepada Pembaca

1. Kepada pembaca yang menggunakan hasil kajian ini sebagai referensi, perlu diperhatikan tentang penggunaan sumber data dari perusahaan agar tidak melanggar privasi perusahaan
2. Penggunaan sumber data sekunder untuk selalu mencantumkan sumber data guna mencegah plagiarisme.